

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Pengertian Strategi

Kata strategi dalam Bahasa latin *strategia*, diartikan sebagai seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan. Strategi berasal dari Bahasa Yunani kuno yang berarti “seni berperang”. Menurut kutipan dari Sukristono, definisi dari strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Husein Umar, 2008 h.31).

Strategi pada awalnya hanya digunakan untuk kepentingan militer saja, tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga, catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategis dan pendidikan. Sedangkan dalam kamus Psikologi, strategi adalah prosedur yang diterima dan dipakai dalam suatu upaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti pemecahan suatu masalah. Menurut istilah dalam penelitian, strategi berarti cara dan seni menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu.

B. Pengertian Komunikasi

Effendi mengklasifikasikan pengertian komunikasi secara sederhana dan jelas yang dilihat dari sudut pandangnya yaitu :

1. Pengertian Komunikasi Secara Etimologis

Istilah komunikasi Secara etimologis atau menurut asal katanya yang berasal dari Bahasa latin yaitu, “*comunis*”. Arti dari comunis itu sendiri adalah sama, dalam arti sama makna atau pengertiannya, yaitu sama tentang suatu hal. Jadi komunikasi akan terjalin ketika orang-orang yang terlibat didalamnya terkait kesamaan makna tentang suatu hal yang akan dikomunikasikan.

2. Pengertian Komunikasi Secara Terminologis

Komunikasi Secara terminologis atau komunikasi secara istilah, komunikasi berarti sebuah proses penyampaian suatu hal atau pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi sudah jelas bahwa didalam komunikasi pasti melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyampaikan suatu hal kepada orang lain.

3. Pengertian Komunikasi Secara Paradigmatik

Pengertian secara paradigmatik, komunikasi ini harus direncanakan dan memiliki tujuan tertentu. Dan untuk komunikasinya itu sendiri ada yang dilakukan secara tatap muka, secara lisan, secara tulisan, atau melalui media massa, misalnya poster, telepon, papan pengumuman, surat, spanduk, dan lain-lain. Itu semua tergantung pada pesan yang akan dikomunikasikan kepada komunikan yang dijadikan sebagai sasaran, (Ardial, 2018, hal. 4-5).

Komunikasi yang berasal dari Bahasa latin (*communicare*) yang mempunyai arti *to share* (berbagi) dan merupakan sebuah aktivitas penyampaian informasi melalui bertukarnya pesan, pikiran, atau informasi

dengan ucapan, tulisan, sinyal, visual, atau perilaku yang mempunyai makna diantara dua orang atau lebih sehingga pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami (Ginting, 2017, hal. 6).

Jadi komunikasi adalah pertukaran sebuah ide, informasi, emosi, sikap, pendapat atau interaksi antara seorang individu dengan individu lain atau antar kelompok yang memiliki tujuan baik menciptakan sesuatu, memahami, ataupun mengkoordinasikan berbagai aktifitas.

4. Elemen Komunikasi

Komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dan terus berubah. Baik dari komunikan, komunikator ataupun lingkungannya pasti mengalami perubahan. Dalam proses komunikasi dapat diterangkan dengan beberapa cara, yaitu dengan menyajikan elemen-elemen komunikasi. Ada beberapa elemen komunikasi yang selalu terlibat dalam komunikasi :

- a. Komunikator, yaitu seseorang yang menyampaikan sebuah pesan.
- b. Pesan, yaitu sesuatu, baik dalam bentuk ide, abstrak realitas atau bahkan hal yang bersifat *espektasi* (harapan) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
- c. Saluran, yaitu sarana atau media yang digunakan oleh komunikator kepada komunikan.
- d. Komunikan, yaitu penerima pesan baik bersifat individu, keompok, massa, ataupun anggota organisasi.

- e. Hambatan atau gangguan, yaitu dalam setiap proses komunikasi pasti ada faktor yang menghambat sehingga komunikasi tidak berjalan efektif, tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, bahkan kadang kala menimbulkan salah pengertian. Gangguan-gangguan tersebut bisa berasal dari komunikan, komunikator, media yang digunakan, maupun isi pesan yang disampaikan.
- f. Umpan balik, yaitu respon, reaksi atau tanggapan atas suatu pesan yang telah disampaikan, dan umpan balik tersebut bisa dalam bentuk netral, mendukung (positif), atau justru malah menolak (negatif).
- g. Efek, yaitu suatu akibat yang timbul dari sebuah komunikasi, (Dr. Radi Panuju, 2018, hal. 39).

5. Fungsi Komunikasi

Ada beberapa fungsi komunikasi di antaranya yaitu:

a. Komunikasi Sosial

Fungsi dari komunikasi social itu sendiri sangat penting dalam kehidupan kita yakni untuk membangun konsep diri kita, mengekspresikan diri, memperoleh kebahagiaan, kelangsungan hidup, dan juga dapat terhindar dari tekanan dan ketegangan hidup, dengan cara berkomunikasi yang bersifat menghibur dan meningkatkan hubungan baik dengan orang lain dan melalui komunikasi tersebut kita dapat bekerja sama dengan anggota masyarakat seperti, kelompok belajar, keluarga, negara secara keseluruhan, teman organisasi.

b. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif ini dapat dilakukan sendiri atau secara kelompok. Untuk komunikasi ekspresif tidak bertujuan langsung untuk mempengaruhi orang lain, tetapi bisa dilakukan untuk mengungkapkan perasaan kita seperti emosi. Segala perasaan yang dirasakan tersebut dikomunikasikan melalui pesan nonverbal. Seperti perasaan sayang, peduli, benci, sedih, takut, gembira bisa diungkapkan melalui kata-kata tetapi terutama lewat perilaku nonverbal.

c. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual tidak berbeda jauh dengan komunikasi ekspresif yang biasanya dilakukan secara bersamaan. Suatu individu bahkan kelompok sering mengadakan upacara-upacara di masa peralihan sepanjang hidup, yakni seperti upacara kelahiran, ulangtahun, sunatan, tunangan, pernikahan dan lain sebagainya. Saat acara berlangsung orang-orang akan mengucapkan bahkan memperagakan perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Berdoa juga termasuk komunikasi ritual. Mereka yang berkomunikasi ritual adalah orang-orang yang masih mengikuti tradisi keluarga, negara, suku bangsa dan juga agama.

d. Komunikasi Instrumental

Untuk komunikasi instrument mempunyai tujuan untuk mengambil hati atau membujuk seseorang yakni yang bersifat memberitahu atau menerangkan suatu hal. Dan komunikator berharap

komunikasikan mempercayai informasi dan fakta yang telah disampaikan adalah layak dan akurat untuk di ketahui oleh mereka, (Nurhadi D. z., 2017, hal. 7-9).

6. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah salah satu cara yang digunakan oleh suatu lembaga atau masyarakat yang bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada pihak lain atau memberikan informasi kepada masyarakat disekitar lingkungan. Strategi komunikasi bisa dikatakan berhasil ketika strategi komunikasi tersebut dapat menghasilkan perubahan atau efek pada halayak dan hal tersebut bisa tercapai ketika komunikator memperhatikan elemen dalam merumuskan strategi komunikasi, yaitu diantaranya:

a. Mengenal Khalayak

Sebelum mensosialisasikan atau menyebarkan suatu informasi pada khalayak, kita perlu mengenal situasi dan kondisi yang layak. Hal tersebut dapat diketahui melalui metode obserfasi. Mengenal khalayak sangatlah penting, seperti yang dilakukan oleh pihak Bank Sampah Nusantara Al Ihya, dalam penyampaian informasi mengenai sampah hasil rumah tangga mereka yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Kesugihan Kidul, dengan demikian merekalah yang nantinya akan menerima ide-ide baru yang komunikasikan sampaikan. Hal tersebut juga untuk memudahkan kita dalam proses selanjutnya.

b. Menyusun Pesan

Dalam penyusunan pesan yang akan dilakukan yaitu bagaimana kita bisa menarik perhatian, mengubah pola pikir, dan perilaku masyarakat. Intinya semua harus mampu membangkitkan perhatian.

c. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi metode bisa dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara penyampaiannya dan menurut bentuk isinya.

d. Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan media untuk menyampaikan suatu ide, dalam rangka menyebarkan informasi kepada masyarakat menjadi suatu keharusan sebab selain dapat menjangkau jumlah besar suatu khalayak, juga sekarang ini kita tidak bisa hidup tanpa radio, surat kabar, televise, dan juga film, (Masnidar., 2018, hal. 8-9).

Kepiawaian bidang Penelitian, Keterampilan Dan Pengembangan (PELITBANG) dalam berkomunikasi sangat menentukan keberhasilan seberapa banyak santri yang mampu meningkatkan sikap *entrepreneur*, karena hal tersebut sangat berpengaruh besar terhadap lingkungan Pondok pesantren Al Ihya 'Ulumaddin Kesugihan Cilacap. Dalam hal ini pihak PELITBANG menggunakan Strategi Komunikasi Interpersonal. Komunikasi *interpersonal* adalah komunikasi antara pihak satu dengan yang lainnya yang terjadi secara tatap muka, dan dalam komunikasi yang terjalin antar masing-

masing pihak dapat mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. (Sapril, 2011, hal. 7).

Seperti dalam buku Liliweri, (Ascharisa Mettasatya Afrilia, 2020, hal. 22-25) ada beberapa tujuan dalam penggunaan komunikasi *interpersonal*, diantaranya yaitu:

1. Untuk Dipahami (*to be understood*)

Supaya orang lain bisa memahami apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh kita maka hal tersebut harus kita komunikasikan baik secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain. Didalam konteks komunikasi *interpersonal*, apabila ada sebuah ganjalan ataupun keinginan selama menjalin hubungan tentunya juga harus di komunikasikan dengan baik supaya tidak menimbulkan pertanyaan “mau dibawa kemana si hubungan kita ini?”

Didalam sebuah komunikasi *interpersonal*, setiap individu menginginkan orang lain agar mengerti perasaan, pendapat, pikiran, ataupun semua tindakan yang individu lakukan atau kerjakan. ataupun sebaliknya, hubungan yang telah terjalin antar individu akan berakhir buruk jika, diantara individu ini tidak dapat memahami satu sama lain atau dengan memperlakukan orang lain kurang baik.

2. Diterima (*to be accepted*)

Seperti yang dikemukakan oleh Maslow, dalam piramida kebutuhan manusia, setiap manusia mempunyai kebutuhan sosial yang harus dipenuhi. Yang dimaksud kebutuhan sosial disini adalah perasaan

dimana diterima dan dicintai dicintai oleh setiap anggota kelompok ataupun individu lain.

3. Untuk Memahami Orang Lain (*to understood onthers*)

Dalam komunikasi *interpersonal*, kita tidak sekedar menuntut orang lain supaya bias mengerti atau memahami tentang kita. Akan tetapi kita juga harus bisa memahami orang lain yang ada hubungannya dengan kita. Dengan adanya sikap timbal balik yang semacam ini, seseorang yang berperan dalam komunikasi interpersonal pasti akan sama-sama merasa dihargai.

Tujuan yang terakhir ini sangat penting dalam berkomunikasi *interpersonal*, yakni bagaimana antara seorang individu dengan individu lain memperoleh suatu hal yang perlu untuk diselesaikan bersama. Antara siapa yang melakukan hal apa dan bagaimana dia melakukannya, dan hal tersebut ditentukan melalui kesepakatan antar individu tentunya dalam proses komunikasi interpersonal.

Dalam proses komunikasi dengan orang lain tentu kita menginginkan efek keahaman bagi lawan bicara kita dan terjalin komunikasi yang efektif. adapun fungsi dari komunikasi *interpersonal* yaitu:

- a. Meningkatkan hubungan insani
- b. Menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi
- c. Mengurangi ketidakpastian sesuatu
- d. Berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Jadi dari komunikasi yang kita jalin dapat meningkatkan hubungan personal diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Karena dalam menjalani hidup seseorang pasti akan berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Dan dari komunikasi tersebut dapat memberi pengaruh pada dirinya dalam menjalani kehidupan, seperti mendapatkan pertolongan atau bantuan dari masyarakat sekitar karena dia telah mendapatkan teman. Dari hubungan baik tersebut dirinya dapat dengan mudah mendapatkan informasi atau pengetahuan tentang orang lain dan dapat terhindar dari konflik-konflik yang tidak diinginkan, (Ahmad Sefullah., 2019, hal. 106).

Menurut Rakhmat, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hubungan *interpersonal* diantaranya yaitu, (Bonaraja Purba, 2020, hal. 78-79).

1. Percaya, hal ini sangat penting. Karena percaya diartikan sebagai suatu keyakinan yang kuat mengenai keandalanya, kebenaran, kemampuan, ataupun kekuatan seseorang atau suatu hal. Dalam hubungan *interpersonal* percaya dimaksudkan sebagai bentuk keyakinan terhadap perilaku seseorang.
2. Meraih tujuan yang sudah ditetapkan dimana terdapat ketidakpastian dalam pencapaiannya serta dalam situasi yang mengundang resiko.
3. Sikap sportif, sikap untuk mencegah resiko dalam komunikasi.
4. Sikap terbuka, sikap ini memiliki pengaruh besar terhadap keefektifan dalam berkomunikasi *interpersonal*. Karena dengan sikap terbuka dapat

membuat kita dengan mudah menilai pesan seseorang apalagi didukung oleh data dan logika, dapat dengan mudah melihat perbedaan nuansa, dapat mencari sumber informasi yang beragam dan tidak kaku saat mempertahankan kepercayaan yang dimiliki. Tidak canggung saat mencari makna yang tidak sesuai dengan apa yang diyakininya.

Jadi apabila dalam proses komunikasi *interpersonal* kita telah memenuhi faktor-faktor di atas pasti komunikasi tersebut akan berjalan dengan lancar tentunya sesuai apa yang kita inginkan harapkan dan hasilnya akan sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan apa yang kita harapkan.

C. Peningkatan Sikap *Entrepreneur* Generasi Muda

1. Peningkatan Sikap *Entrepreneur*

Didalam kamus besar Bahasa Indonesia peningkatan memiliki arti menaikkan. menaikkan yang berarti bahwa suatu usaha untuk meningkatkan sesuatu hal yang pada awalnya memiliki posisi yang rendah menuju kepada posisi yang lebih tinggi, (Pagappong Y. , 2015, hal. 3)

Sedangkan sikap Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah segala perbuatan dan tindakan yang berdasarkan pada pendirian keyakinan yang dimiliki. Sikap adalah pernyataan evaluatif terhadap segala sesuatu, bisa berupa objek, orang atau peristiwa. Sikap merupakan perwujudan dari perasaan seseorang terhadap sesuatu.

Sikap merupakan reaksi perasaan. Pembahasan masalah sikap manusia digunakan menjelaskan kenapa seseorang berperilaku berbeda dalam situasi yang sama. Dalam hal ini penulis mengartikan sikap kewirausahaan merupakan kecenderungan memberi reaksi suka atau tidak suka terhadap kewirausahaan. Kecenderungan sikap suka atau tidak suka terhadap kewirausahaan mencerminkan sikap menghargai atau tidak menghargai aktivitas-aktivitas kewirausahaan (Kusmintarti, 2016).

Menurut para ahli seperti Luis Thurstone, Rensis Likert dan Carles Osgood, menurut mereka sikap itu adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek tersebut. Dan menurut Jalaluddin Rakhmat mengemukakan lima pengertian sikap, yaitu:

- a. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap boleh berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok.
- b. Sikap mempunyai daya penolong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan, mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari.

- c. Sikap lebih menetap. Berbagai studi menunjukkan sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami pembaharuan.
- d. Sikap mengandung aspek evaluatif: artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
- e. Sikap timbul dari pengalaman: tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap adalah keadaan diri dalam manusia yang menggerakkan untuk bertindak atau berbuat dalam kegiatan sosial dengan perasaan tertentu di dalam menanggapi objek situasi atau kondisi di lingkungan sekitarnya. Selain itu sikap juga memberikan kesiapan untuk merespon yang sifatnya positif atau negatif terhadap objek atau situasi.

Adapun komponen-komponen sikap sebagai berikut :

- a. Komponen kognitif

Aspek sikap yang berkenaan dengan penilaian individu terhadap obyek atau subyek. Informasi yang masuk ke dalam otak manusia, melalui proses analisis, sintesis, dan evaluasi akan menghasilkan nilai baru yang akan diakomodasi atau diasimilasikan dengan pengetahuan yang telah ada di dalam otak manusia. Nilai nilai baru yang diyakini benar, baik, indah, dan sebagainya, pada akhirnya akan mempengaruhi emosi atau komponen afektif dari sikap individu.

- b. Komponen afektif

Aspek ini dikatakan sebagai perasaan (emosi) individu terhadap objek atau subjek, yang sejalan dengan hasil penilaiannya.

c. Komponen kecenderungan bertindak

Berkenaan dengan keinginan individu untuk melakukan perbuatan sesuai dengan keyakinan dan keinginannya.

Sikap yang terbentuk biasanya didapatkan dari pengetahuan yang berbentuk pengalaman pribadi. Sikap juga dapat terbentuk berdasarkan informasi yang diterima dari orang lain, yang memiliki pengaruh. Kelompok juga menjadi sumber pembentukan sikap yang cukup berpengaruh.

- a. Adopsi yaitu adanya kejadian-kejadian dan peristiwa-peristiwa yang terjadi berulang-ulang dan terus-menerus, maka lama-kelamaan secara bertahap diserap ke dalam diri individu dan mempengaruhi terbentuknya suatu sikap, misalnya seorang yang sejak lahir sampai dia dewasa tinggal di lingkungan yang religius akan mempunyai sikap negatif terhadap semua yang diharamkan oleh agamanya.
- b. Diferensiasi yaitu dengan berkembangnya intelegensi, bertambahnya pengalaman, sejalan dengan bertambahnya usia, maka ada hal-hal yang tadinya dianggap sejenis sekarang dipandang tersendiri lepas dari jenisnya. Misalnya seorang anak kecil mula-mula takut pada setiap orang dewasa yang bukan ibunya tetapi, lama-kelamaan ia dapat membedakan antara ibu, ayah, yang disukainya dengan orang asing yang tidak disukainya.

- c. Integrasi yaitu pembentukan sikap yang terjadi secara bertahap dimulai dari berbagai pengalaman yang berhubungan dengan satu hal tertentu sehingga akhirnya terbentuk sikap mengenai hal tersebut.
- d. Trauma yaitu pengalaman yang tiba-tiba mengejutkan, yang meninggalkan pesan mendalam pada orang yang bersangkutan, pengalaman-pengalaman yang traumatis dapat juga menyebabkan terbentuknya sikap.

Pembentukan sikap tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan melalui berbagai macam proses tertentu, mulai dari kontak sosial terus-menerus antara individu dengan individu atau individu dengan kelompok, atau sekitarnya. Dalam hubungan ini ada faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah :

- a. Faktor Internal Faktor internal yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan. Seperti faktor pilihan.
- b. Faktor Eksternal Faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang terdapat dari luar, yaitu:
 - 1) Sifat objek. Sikap itu sendiri, bagus, atau jelek dan sebagainya.
 - 2) Kewibawaan. Orang yang mengemukakan suatu sikap tentang gambar presiden sedang mengimunisasi bayi.

Adapun karakteristik sikap adalah :

- a. Sikap seseorang tidak dibawa sejak lahir, tetapi harus dipelajari selama perkembangan hidupnya, jadi sikap itu berubah-ubah.

- b. Sikap itu tidak berdiri sendiri, melainkan selalu berhubungan dengan suatu objek. Dan sikap terhadap suatu objek selalu adayang menyertainya, baik itu positif dan negatif.
- c. Sikap pada umumnya memiliki segi-segi motivasi dan emosi.
- d. Sikap itu dapat berlangsung lama dan sebentar.
- e. Sikap itu mengandung faktor perasaan dan motif.
- f. Sikap tidak hilang meski kebutuhan sudah terpenuhi.

Yang dimaksud dengan sikap positif dan sikap negative adalah :

- a. Sikap positif adalah sikap yang menunjukkan dan memperlihatkan menerima, menyetujui, menyukai, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku di mana individu berada.
- b. Sikap negatif adalah sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma yang berlaku dimana individu berada.

Skala Sikap Bentuk-bentuk skala sikap yang perlu diketahui dalam melakukan penelitian, diantaranya yang sering digunakan adalah :

- a. Skala *Guttman*

Skala *Guttman* adalah pengukuran dengan tipe ini, akan mendapatkan jawaban yang tegas, yaitu ya-tidak, pernah-tidak pernah, positif-negatif dan lain-lain.

- b. Skala *Likert*

Skala *likert* dalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu kejadian atau

gejala social. dalam menggunakan skala *Likert*, maka *variable* yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang akan diukur. Artinya indikator-indikartor ini dapat dijadikan titik tolak item instrument yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif ke sangat negatif, dari sangat setuju ke sangat tidak setuju, dari selalu ke tidak pernah, dari sangat baik ke sangat tidak baik.

c. Skala *Diferensian Semantic*

Skala *diferensian simantic* adalah pengukuran yang berbentuk semantic defferensial di kembangkan oleh Osgood. Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya saja bentuknya tidak pilkihan ganda atau *checklis*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban sangat positif terletak pada bagian kanan garis dan sangat negetif terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap tertentu yang dimiliki oleh seseorang.

Adapun indikator sikap-sikap positif adalah sebagai berikut :

- a. Saat akan memulai suatu usaha, wirausahawan harus menumbuhkan sikap dan perilaku yang positif.
- b. Seseorang melakukan sesuatu hal yang baik dengan senang hati.
- c. Seseorang menyukai hal-hal yang baik.
- d. Seseorang selalu melaksanakan norma-norma yang berlaku.

- e. Seseorang menyetujui hal-hal yang baik.
- f. Seseorang suka berpartisipasi dalam kebaikan.
- g. Seseorang gemar melakukan kebaikan.
- h. Teguh pada keputusan yang baik.
- i. Seseorang menghormati aturan yang berlaku.
- j. Seseorang patuh dan taat terhadap peraturan yang berlaku.
- k. Melaksanakan tugas dengan tanggung jawab.
- l. Seseorang selalu memenuhi kewajibannya.

2. Kewirausahaan

Wirausaha berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entrepreneur* yang dalam Bahasa Inggris *between taker* atau *go-between*. Wirausaha merupakan persamaan dari wiraswasta yang berarti keberanian, kesungguhan dan keseriusan dalam pemenuhan kebutuhan hidup serta pemecahan berbagai masalah yang dihadapi dengan menggunakan semua kemampuan diri. (Mulyasa E, 2015 h.159)

Menurut Peter F. Drucker kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini memiliki arti bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada. Sementara itu, Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha (Muhammad Anwar, 2014 h.3).

Kewirausahaan secara umum adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikakn nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan manajer resiko dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu dan kemampuan kreativitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain (Anang Firmansyah dan Anita Roosmawarni, 2020 h.4).

Menurut McClelland karakteristik wirausaha sebagai berikut:

a. Keinginan untuk berprestasi

Kebutuhan ini didefinisikan sebagai keinginan atau dorongan dalam diri orang yang memotivasi perilaku kearah pencapaian tujuan. Pencapaian tujuan merupakan tantangan bagi indiviidu.

b. Keinginan untuk bertanggung jawab

Wirausaha menginginkan tanggung jawab pribadi bagi pencapaian tujuan. Mereka memilih menggunakan sumber daya sendiri dengan cara bekerja sendiri untuk mencapai tujuan dan bertanggung jawab sendiri terhadap hasil yang dicapai.

c. Referensi kepada resiko-resiko menengah

Wirausaha memilih tujuan-tujuan yang membutuhkan tingkat kinerja yang tinggi, suatu tingkatan yang mereka percaya akan menuntut usaha keras tetapi yang dipercaya bisa mereka penuhi.

d. Persepsi pada kemungkinan berhasil

Keyakinan pada kemampuan untuk mencapai keberhasilan adalah kualitas kepribadian wirausahawan yang penting.

e. Rangsangan oleh umpan balik

Wirausahawan ingin mengetahui bagaimana hal yang telah mereka kerjakan, apakah responnya baik atau buruk. Wirausahawan dirangsang untuk mencapai hasil kerja yang lebih tinggi dengan mempelajari seberapa efektif usaha mereka.

f. Aktivitas enerjik

Wirausahawan menunjukkan energi yang jauh lebih tinggi disbanding rata-rata orang. Mereka bersifat aktif mempunyai porsi waktu yang besar dalam mengerjakan tugas dengan cara baru.

g. Orientasi ke masa depan

Wirausahawan melakukan perencanaan dengan berpikir kedepan, mencari dan mengantisipasi sesuatu yang mungkin terjadi di masa depan.

h. Keterampilan dalam pengorganisasian

Wirausahawan menunjukkan keterampilan dalam mengorganisasi kerja dan orang-orang dalam mencapai tujuan. Mereka sangat teliti dalam memilih orang-orang untuk tugastugasnya. Orang yang dipilih adalah orang yang ahli, bukan hanya sekedar tena agar pekerjaan dapat dikerjakan dengan efisien.

i. Sikap terhadap uang

Keuntungan adalah nomor dua dibandingkan arti penting dari prestasi kerja. Wirausahawan memandang uang sebagai bonus dari ketercapaian tujuan sebagai pembuktian kompetensi mereka (Endang Purwanti, 2012)

Dalam islam karakteristik wirausaha lain menurut Muhammad Anwar dalam buku pengantar kewirausahaan yaitu:

- a. Sifat takwa, tawakal, *zikir* dan syukur.
- b. Jujur.
- c. Bangun subuh dan bekerja.
- d. Toleransi.
- e. Berzakat dan berinfaq (Anwar, Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi.h.19).

Menurut David E Rye karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha memenuhi syarat-syarat keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan/ organisasi, seperti inovatif, kreatif, adaptif, dinamik, kemampuan berintegrasi, kemampuan mengambil resiko atas keputusan yang dibuat, daya juang dan kode etik niscaya mewujudkan efektivitas perusahaan/ instansi. Profil seorang wirausahawan adalah sebagai berikut:

2.1. Tabel Profil Seorang Wirausahawan

No	Karakteristik Profil	Ciri Wirausahawan Yang Menonjol
1.	Berprestasi Tinggi	Ahli memperoleh prestasi

2.	Pengambil Resiko	Mereka tidak takut mengambil resiko tetapi akan menghindari resiko tinggi apabila memungkinkan.
3.	Pemecah Masalah	Mereka tanggap mengenali dan memecahkan masalah yang dapat menghalangi kemampuannya mencapai tujuan.
4.	Pencari Status	Mereka tidak memperkenankan kebutuhan terhadap status mengganggu misi usahanya.
5.	Tingkatan Energi Tinggi	Dedikasi dan workaholic demi wujudnya sukses
6.	Percaya Diri	Tingkat confidence yang tinggi
7.	Ikatan Emosi Tinggi	Memisahkan antara hubungan emosional dengan karir
8.	Kepuasan Pribadi	Menyukai kompleksitas tinggi dengan formulisasi yang rendah

Tabel Sumber (Bahri, 2019 h. 10)

Beberapa perbedaan mengatakan bahwa *entrepreneurship* itu adalah:

a. Ilmu Pengetahuan (*knowledge*)

Kewirausahaan adalah sebuah pengetahuan yang merupakan hasil uji coba di lapangan, dikumpulkan, diteliti, dan dirangkai sebagai

sumber informasi yang berguna bagi orang lain yang membutuhkannya sehingga kewirausahaan bisa dimasukkan ke dalam disiplin ilmu, baik itu yang bersifat teori maupun yang bersifat empiris (hasil uji lapangan)

b. Kepribadian atau sikap

Unsur yang terkandung dalam karakteristik kewirausahaan adalah sikap positif, kepribadian yang ulet, pantang menyerah, bertanggung jawab, disiplin, menjadi contoh bagi yang baik terhadap satu sama lain, dan tidak mudah puas diri dengan apa yang telah berhasil diraih.

c. Filosofi

Hidup adalah sebuah pilihan dan sukses adalah akumulasi dari pilihan-pilihan kita yang tepat menuju ke satu arah, yaitu mimpi. Fondasi kesuksesan untuk menjadi wirausaha yang cerdas adalah filosofi hidup dan bekerja. Oleh karena itu, kewirausahaan bisa digolongkan dalam sebuah filosofi hidup atau landasan hidup dalam meniti karir guna meraih kesuksesan.

d. *Skill* atau keterampilan

Dikatakan demikian karena kewirausahaan adalah penggabungan dari dua konsep penting pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan serta dilakukan melalui jatuh-bangun untuk menjadi terampil dan akhirnya menjadi sebuah keahlian dalam menjalankan roda bisnis.

e. Seni (*art*)

Dalam menemukan ide, inspirasi dan peluang bisnis diutuhkan imajinasi, visualisasi dan pemikiran yang terkadang harus berlawanan dengan logika, berpikir berbeda untuk menemukan ide-ide cemerlang. Semua itu membutuhkan kreativitas, inovasi yang benar-benar baru sehingga unsur dan kekuatan seni untuk menemukan ide dalam cara mengatasi kesulitan, mengendalikan sumber daya manusia juga pelanggan memiliki peran yang cukup besar.

f. Profesi

Menjadi wirausaha juga merupakan sebuah profesi, sebuah pilihan hidup yang harus dilakukan secara professional (dalam arti jujur, terbuka, berkomitmen, konsisten, tepat janji, tanggung jawab, mengerti batas hak-haknya, mengerti etika profesi dan berdisiplin).

g. Naluri

Kewirausahaan membutuhkan naluri untuk menemukan sebuah peluang dan ide bisnis yang akhirnya menjadi sebuah bisnis yang sukses. Wirausahawan yang sukses harus mempunyai naluri yang kuat tentang bagaimana menemukan inspirasi, ide dan peluang-peluang baru.

h. Mimpi

Seseorang Banyak orang yang bermimpi menjadi seorang wirausahawan bahkan sejak ia masih remaja..

i. Pilihan hidup seseorang

Tujuan hidup seseorang adalah mampu menghidupi keluarganya dengan menjadi karyawan atau menjadi wirausahawan (Anwar, Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi.h.5-7).

Kewirausahaan jika dipandang dari segi keislaman, proses tahapan dalam mengelola suatu usaha dengan niat hanya untuk ibadah yang bertujuan demi kemaslahatan dan setiap prosesnya dapat menggunakan *esensi spiritualitas* islam (Hanifiyah Yuliatul Hijriah,2016 h.187).